

УДК 330.133.1

## **К КРИТИКЕ КРИТИКИ Ж. БОДРИЙЯРОМ МАРКСИСТСКОЙ ТЕОРИИ ПОТРЕБИТЕЛЬНОЙ СТОИМОСТИ**

Васюченко Л. П., к. э. н., доцент  
доцент каф. «Экономика и право»

Белорусский национальный технический университет  
г. Минск, Республика Беларусь

Удовлетворение потребностей, клиентоориентированность, кастомизация с 90-х годов XX века стали общим местом в деятельности экономических организаций. Даже в современных учебниках по микроэкономике целью фирмы считается уже не прибыль и ее максимизация, а наиболее полная удовлетворенность потребителя. Что же должны предлагать покупателю предприятия, чтобы достичь этой цели? Классическая политическая экономия отвечает на этот вопрос понятиями потребительной стоимости и полезности.

К. Маркс, например, пишет: «Товар есть прежде всего внешний предмет, вещь, которая, благодаря ее свойствам, удовлетворяет какие-либо человеческие потребности... Каждая такая вещь есть совокупность многих свойств и поэтому может быть полезна различными своими сторонами. Полезность вещи делает ее потребительной стоимостью. Но (внимание! – Л.В.) эта полезность не висит в воздухе. Обусловленная свойствами товарного тела, она не существует вне этого последнего. Поэтому товарное тело, как, например, железо, пшеница, алмаз и т. п., само есть потребительная стоимость, или благо (курсив мой – Л.В.). Потребительные стоимости образуют вещественное содержание богатства, какова бы ни была его общественная форма. При той форме общества, которая подлежит нашему рассмотрению, они являются в то же время вещественными носителями меновой стоимости» [1, с. 67-68].

Трудно не согласиться с Ж. Бодрийяром в том, что у Маркса трактовка потребительной стоимости двусмысленна. «Известно, что товар является одновременно и меновой стоимостью, и потребительной. Но потребительная стоимость (у Маркса – Л.В.) всегда является

конкретной и частной, у нее всегда есть свое собственное предназначение. Следовательно, потребительная стоимость не включена в собственную логику меновой стоимости, являющуюся логикой эквивалентности... Даже если потребительная стоимость постоянно охватывается процессом производства и обмена, она на самом деле не вписывается в поле рыночной экономики: у нее есть своя собственная целенаправленность, пусть и ограниченная. В ней поэтому удерживается обещание воскрешения по ту сторону от рыночной экономики, денег и меновой стоимости, обещание возрождения в прославленной автономии простого отношения человека к своему труду и своим продуктам» [2, с. 177-178].

Действительно, у Маркса полезность и потребительная стоимость отождествляются с вещью, с природным объектом и получают если не внеисторический (он говорит об исторической обусловленности потребностей и полезностей), то уж точно внесоциальный характер (потребительная стоимость – простое отношение человека к вещи). Но современная экономика с ее господством потребительского общества показала, что потребности, полезность и потребительная стоимость являются общественными отношениями, завершающими воспроизводство стоимости в потреблении на основе организации последнего по принципам абстрактной эквивалентности, комбинаторики и виртуального исчисления и достаточно эффективно структурирующими социум в поле рыночных отношений. И прав Ж. Бодрийяр в том, что у Маркса «потребительная стоимость не оказывается ни видом социального отношения, ни – соответственно – местом фетишизации; полезность как таковая ускользает от исторического классового определения» [2, с. 178]. Подчеркивая, что полезность – это некоторое функциональное свойство, которым производитель наделяет вещь, и которое поставлено в соответствие с потребностью – отделенностью субъекта от этого свойства, Ж. Бодрийяр улавливает потребительную стоимость товара как социальное отношение. И его критика отчуждения человека от своих желаний, страстей и стремлений – от самого себя – в потребности и потреблении делает весьма сомнительной привлекательность лозунга «каждому по потребностям» и показывает, что выход из этого отчуждения не может лежать в простом и прозрачном отношении людей к миру вещей как полезностей. Реальный выход состоит в отказе от потребления вещей – сожжении любимого дома героем фильма А. Тарковского

«Жертвоприношение». Но к такого рода выходу из системы стоимости и потребительной стоимости готовы далеко не все субъекты.

Потребительная стоимость как отношение людей по поводу воплощения в некотором носителе функционального свойства, затем извлекаемого из этого носителя в процессе потребления, предоставляет социуму иные перспективы развития, которых в увлеченности критикой отчуждения не хочет видеть Бодрийяр, но которые, как ни парадоксально, следуют из трактовки Марксом потребительной стоимости. Отождествление потребительной стоимости и ее носителя (вещи) породило иллюзию воскрешения по ту сторону стоимости с сохранением открытых товарным производством функциональных свойств вещей – иллюзию, жертвой которой стал реальный социализм, планировавший и производивший вещи вместо полезностей со всеми вытекающими отсюда последствиями в виде систематических дефицитов, денежных «навесов» и т.д. Тем не менее, следуя идее Маркса о том, что полезность не висит в воздухе, что она воплощена в носителе, который не тождественен этому функциональному свойству, как человек не тождественен своим потребностям, можно обнаружить зазор между ограниченностью полезности и амбивалентностью, неограниченностью природы. Создание новых функциональных свойств вещей, встраивание их в социум и выстраивание социума под них раздвигают границы товарной формы хозяйства. И уже не человек экономический, ранжирующий полезности и максимизирующий ценности, становится основным субъектом экономической деятельности, а человек познающий.

Субъекты экономической деятельности, реальные производители и потребители давно осознали и активно используют этот зазор между полезностью и ее носителями в понятиях конкурентоспособности и потребительского излишка.

### **Список литературы**

1. Маркс, К. Г. Капитал / К. Г. Маркс. – Том 1. – Москва: ООО «Издательство АСТ», 2001. – 565 с.
2. Бодрийяр, Ж. К критике политической экономии знака / пер. с фр. Д. Кралечкин. – М.: Академический Проект, 2007. – 335 с.